

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi nasional saat ini sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan baik usaha yang bergerak di bidang manufaktur atau di bidang jasa. Hal tersebut secara tidak langsung berpengaruh terhadap perubahan iklim dunia usaha semakin kompetitif, dimana setiap perusahaan saling bersaing untuk menguasai dan mempertahankan pasar potensial yang ada. Namun dewasa ini perusahaan-perusahaan yang sukses memiliki fokus yang kuat kepada pelanggan akan suatu pemasaran. Untuk mengatasinya setiap perusahaan harus menyusun strategi yang efektif dan efisien dalam menghadapi persaingan, dengan tujuan untuk menguasai pangsa pasar sehingga dapat menjaga kelangsungan dan eksistensi perusahaan. Salah satu strategi yang dilakukan perusahaan yaitu dengan melakukan promosi.

Promosi di dalam suatu perusahaan sangat penting dalam rangka mengembangkan perusahaan, terutama untuk sekarang ini dimana setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat dengan perusahaan lainnya yang bergerak di bidang yang sama.

PT Sinar Sosro mengambil bagian dalam persaingan bisnis industri minuman di Indonesia. Berdiri pada tahun 1974, PT Sinar Sosro merupakan perusahaan minuman teh siap minum dalam kemasan botol yang pertama di Indonesia dan di dunia. PT Sinar Sosro terus berinovasi dengan

mengembangkan merek dan produk minuman yang bertujuan untuk memuaskan para konsumen dan pelanggan. Saat ini PT Sinar Sosro memiliki produk-produk dengan berbagai kategori yaitu:

1. Teh siap minum dengan dengan merek Teh Botol Sosro, Fruit Tea Sosro, Sosro Joy Green Tea, dan Stee.
2. Teh berkarbonasi/soda dengan merek TEBS
3. Jus dengan merek Country Choice dan Happy Jus
4. Air Mineral dengan merek Prim-A.

Pasar teh sebagai bahan baku minuman ringan masih sangat terbuka. Hal ini menunjukkan pula adanya peluang investasi tidak saja pada budidaya teh namun juga investasi pada pengolahan teh. Minuman ringan seperti teh yang diproduksi oleh PT Sinar Sosro merupakan jenis minuman teh yang sangat populer dikalangan masyarakat, karena rasa teh yang nikmat dan berkualitas serta memiliki berbagai varian rasa dalam setiap merek produk teh PT Sinar Sosro.

Setiap produk yang dipasarkan oleh PT Sinar Sosro tidak mungkin akan dikenal oleh para konsumen bila tidak ada usaha untuk menginformasikan dan mengkomunikasikannya. Salah satu usaha yang dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan penjualan produknya adalah dengan melakukan bauran promosi, dan bauran promosi tersebut terdiri dari periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*), penjualan pribadi (*personal selling*), serta pemasaran langsung (*direct marketing*).

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai bauran promosi yang terdapat pada PT Sinar Sosro. Atas dasar tersebut penulis memberi judul Karya Ilmiah yaitu **“Analisis Bauran Promosi Pada PT Sinar Sosro”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan kondisi yang telah digambarkan pada bagian sebelumnya dan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bauran promosi apa saja yang digunakan untuk mengkomunikasikan produk PT Sinar Sosro kepada konsumen?
2. Bauran promosi manakah yang paling efektif bagi perusahaan?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan ini adalah:

- a. Untuk mengetahui bauran promosi apa saja yang digunakan oleh PT Sinar Sosro dalam mengkomunikasikan produknya.
- b. Untuk mengetahui jenis bauran promosi yang paling efektif bagi perusahaan.

2. Manfaat penulisan

Dengan penulisan karya ilmiah ini penulis berharap dapat memberikan manfaat bagi semua pihak diantaranya:

a. Bagi Penulis

Dengan penulisan karya ilmiah ini maka penulis mendapatkan wawasan, ilmu pengetahuan dalam penerapan ilmu Manajemen Pemasaran khususnya mengenai bauran promosi.

b. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Sebagai pelengkap arsip Karya Ilmiah Universitas yang dibuat oleh mahasiswa dalam bidang ilmu pemasaran terutama tentang bauran promosi dan sebagai tambahan referensi di perpustakaan serta untuk dapat mengetahui kemampuan mahasiswa di dalam menerapkan pengetahuan yang didapatkan selama perkuliahan.

c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan juga bisa menambah bahan informasi dan referensi penulis lain yang akan menyusun karya ilmiah atau sebagai wacana.